

- STRATEGIC PLANNING, MARKETING
- PSYCHOLOGY, INDUSTRIAL
- OBSERVATIONS, ACADEMIC

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN UNSUR-UNSUR  
KEMASAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN JUS BUAH  
DALAM KEMASAN OLEH KONSUMEN**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



B320/05

And  
a

WILE  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA

**DIAJUKAN OLEH :**  
**DIAN WAHYU ANDRIANI**  
No. Pokok : 049916353

**KEPADA**  
**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA**  
**SURABAYA**  
**2005**

**SKRIPSI**

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN UNSUR-UNSUR KEMASAN DAN  
IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JUS BUAH  
DALAM KEMASAN OLEH KONSUMEN**

**DIAJUKAN OLEH :  
DIAN WAHYU ANDRIANI  
No. Pokok : 049916353**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**



**Drs. SRI GUNAWAN, M.Com.,DBA**

**TANGGAL 9...09...2005**

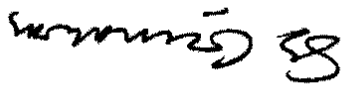
**KETUA PROGRAM STUDI**



**Prof. Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, SE**

**TANGGAL 12...09...2005**

Drs. SRI GUNAWAN, M.Com., DBA



Dosen Pembimbing

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Surabaya, 9 Agustus 2005 .....

## ABSTRAK

Peran kemasan dewasa ini tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk. Fungsi kemasan semakin melebar sehingga mampu menggambarkan perhatian pada sebuah merek, memisahkan merek dari kumpulan produk, menyesuaikan harga atau nilai bagi konsumen, menandakan atau mengartikan berbagai fitur dan keuntungan merek dan mampu berperan sebagai stimuli pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Kemampuan kemasan untuk meyakinkan konsumen bisa terasa tidak mudah karena adanya perbedaan konsumen dalam memandang unsur kemasan yang dirasa penting. Pemasar dituntut agar dapat mengantisipasi seluruh kebutuhan dan keinginan yang sesuai dengan hasrat dari konsumen dan mampu menawarkan kemasan yang paling diminati konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui unsur-unsur kemasan yang paling diperhatikan oleh konsumen pada produk minuman jus buah dan mengetahui bagaimana kombinasi dari unsur-unsur kemasan produk minuman jus buah yang paling dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan melalui dua tahapan. Tahap 1 bertujuan untuk mengetahui unsur-unsur kemasan jus buah yang paling diperhatikan. Penelitian ini bersifat eksploratif, dimana identifikasi eksplorasi unsur-unsur kemasan diperoleh dari *focus group interview*. Unsur-unsur kemasan yang diperoleh selanjutnya digunakan untuk pembuatan kombinasi dengan menggunakan *experimental design* dan hasilnya dianalisis dengan teknik *Conjoint Analysis* pada tahap 2.

Hasil *Conjoint Analysis* menyatakan bahwa unsur kemasan yang paling diperhatikan konsumen ketika mengevaluasi kemasan jus buah (sesuai urutan kepentingannya), yaitu bentuk, bahan, ukuran, informasi, gambar dan warna, sedangkan kombinasi ideal yang paling mempengaruhi keputusan pembelian adalah warna lembut, bahan karton, bentuk dasar kotak atas meramping, ukuran sedang, informasi yang mengandung informasi merek, logo perusahaan, komposisi bahan, identitas produsen, negara asal, cara pemakaian, dan pemeliharaan, kode dagang, pengumuman kadaluwarsa, komposisi gizi, informasi kehalalan dan kandungan bahan pengawet, gambar ilustrasi buah sesuai rasa.

Hasil penelitian ini secara khusus dapat dimanfaatkan sebagai masukan oleh pihak produsen yang memanfaatkan kemasan sebagai stimuli pemasaran untuk mendesain kemasan jus buah yang paling ideal yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian.